

## 北京全时天地在线网络信息股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2022-006

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	华创证券 费磊 兴华基金 高伟绚 中信资管 赵什 财通资管 张若谷 中欧基金 刘志国 谢诺辰阳 梁文杰 上海耀之资产 张怀安
时间	2022年5月11日 10:00
地点	北京市通州区商通大道5号院21号楼
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书 李旭 投资者关系经理 朱童童
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于2022年5月11日（星期三）接待投资者调研，会议通过线上调研的形式与投资者就公司基本情况、公司近期业务发展状况和公司业务规划等问题进行沟通。主要内容如下：</p> <p><b>一、公司介绍</b></p> <p>天地在线成立于2005年，一直专注于为企业客户提供互联网综合营销服务及企业级 SaaS 营销服务，公司目前拥有 17 家分、子公司，形成覆盖全国的、服务企业级客户的营销服务网络。</p> <p>在财务方面，公司 2022 年营收 40.61 亿，同比增长 24.18%，净利</p>

润 5409.8 万，较上年同期下降 48.45%%。下降原因主要受疫情、行业竞争状况、供应商合作政策、客户结构变化等因素的影响。

在业务方面，公司依托十余年的业务积累，目前已汇聚行业线上、线下 40 多家主流媒体资源，2021 年公司持续拓展优质媒体资源，与今日头条达成进一步合作，成为今日头条旗下巨量引擎综合代理商以及巨量千川全国服务商。目前累计服务企业客户数量超过 10 余万家，服务客户涉及餐饮、文化、娱乐、国潮消费品等多个领域及行业，业务模式已覆盖全行业及线上线下全场景。

在当下全面数字化新商业生态中，短视频、直播等不断产生的新营销场景使内容成为品牌成长的核心助推力，天地一直紧跟行业发展，重点向内容服务、全链路营销服务方向布局，积极组建视频制作、直播等能驾驭不同形态及深度的专业内容团队，同时，为增强公司数字内容的制作能力，2021 年公司在通州紫光科技园落地“企业研发与赋能中心”项目，搭建了 20 余间数字化影棚及直播间、30 余个实景拍摄场地，进一步扩大公司数字内容拍摄场景和直播间搭建规模，提升公司内容产能。公司现已具备内容全域化、运营全景化、营销全链化的一站式服务能力，针对客户需求和品牌特点，为客户提供视频创意、拍摄、投放、直播代运营、品牌 IP 孵化等适用于全域全链路营销解决方案和工具，通过多媒体覆盖、多内容形态、多链路玩法全面帮助企业搭建品牌商业化基建，满足企业多元一体化的营销需求。

当前，互联网正走向 Web3.0 的时代，随着元宇宙概念的盛行，带动当前数字产业快速进化，虚拟偶像、虚拟数字资产、虚拟数字空间等数字内容和场景开始进入大众视野，公司顺应变化，迅速在新领域展开积极业务尝试和布局。目前，公司技术团队已经掌握了包括建模、驱动和渲染等多项核心技术，硬件设施方面已配备了白/绿箱数字影棚、广播级演播室系统，光学&惯性动作捕捉设备等专业级软硬件设施，已具备为品牌、企业客户提供包含建立虚拟数字形象、衍生数字内容生产和内容商业化运营服务的能力。2022 年初开始，公司围绕人、物、场三个维度，不断探索新的业务模式，已推出了首个虚拟形象“元启”，虚拟数字化商业综合体-“无限盒子”，并在艺术、体育、泛娱乐等领域逐步建立资源，全面推进公司在虚拟数字资产内容与衍生商业服务业

务的探索和落地。

未来，公司将坚持以“内容+技术”为战略核心，深化内容服务、全域全链路营销服务、虚拟数字业务及相关领域布局，与各行业品牌、商家、内容创作者及用户一同探索新型商业模式，实现内容、技术、人才以及多产业生态共同发力的多边发展格局，为公司持续打造新的业务增长点。

## 二、提问环节：

### 1、请具体介绍一下公司与老饭骨合作项目？

公司 2020 年投资了“老饭骨”品牌公司夏焯焯，持有其 9.892% 的股权。在业务合作方面，公司发挥自身业务优势和服务能力，基于抖音、淘宝、腾讯等媒体平台，帮其建立品牌商业化基建及商业化运营链路，助力“老饭骨”在品牌内容 IP 打造、内容电商运营、IP 商业化增值、新消费品牌孵化等多业务板块实现商业价值创新突围。

### 2、公司可转债项目终止的原因？

因行业发展、媒体平台政策、客户需求变化等因素，公司综合考虑宏观经济环境及公司实际情况，经审慎分析与中介机构论证，为使发行方案更匹配公司下一步的发展需要，最终决定终止本次可转债事项并向中国证监会申请撤回相关申请文件。

### 3、公司一季度管理费用增加的原因？

公司管理费用增长一方面是因购置办公场地、办公设备费用增加，另外一方面因业务拓展、客户开发所产生的相关差旅费。

### 4、公司一季度应收账款增加的原因？

公司应收账款增长主要因业务规模的扩大，中、大型客户体量增加，公司对个别资信良好的大、中型客户公司会给予其一定信用账期。

### 5、请具体介绍下“环游天地”项目的合作模式，疫情是否对项目进展有所影响？

公司合作的“环游天地巨幕飞行影院”项目落地于北京隆福寺文化景区，项目主要由飞行影院区、沉浸漫游体验区、潮流消费区三部分组成，其中“飞行影院”是集合 8K 实景拍摄影片、20 米球型包覆性巨幕、六自由度悬空座椅、模拟自然风、水、云、气味等多种实体感官技术综合打造的巨幕 6 轴沉浸式影院，通过实现裸眼全感官虚拟实境，

给予消费者身临其境的观影体验。该项目作为北京市东城区重点规划项目，拥有丰富的世界级 IP 资源与产业链，融合了文化、科技、艺术与潮流商业的沉浸体验消费场景。本次合作公司将通过搭建“大声量”媒体矩阵、提供综合性营销战略、建立品牌、打造 IP、电商运营等多方位服务，对该项目进行全域营销布局，为其提供基于“品”、“效”、“销”一体的全链路营销服务。项目目前因疫情影响，线下开业时间有所延后，线上营销服务正常推进中。

#### **6、面对广告市场返点政策逐年下降，公司如何应对和布局？**

随着行业逐渐向内容+服务的趋势转变，各平台对于公域广告投放方面的合作政策每年会进行调整，但随着公司媒体资源的不断拓展以及服务客户的体量增加，目前来看公司广告业务收入还是相对稳定且平稳增长的状态。当下客户对于一体化服务的需求越来越突出，为加快调整公司产业格局和收入结构，公司正在不断优化原有业务经营模式，从资源、团队、技术、服务多方面调整，我们会将广告业务作为公司的核心能力，持续拓展更多的媒体资源和新业务模块，未来会聚焦内容服务、全链路营销服务及虚拟数字相关业务的布局，多条线路共同发力为公司业绩带来新的增长点。

#### **7、公司主要客户的行业分布情况？**

公司合作客户主要分布在电商零售、商务服务、生活服务等行业。

#### **8、公司“赋能中心”的使用情况如何？**

从业务模块的角度看，赋能中心支持传统广告业务的图文、短视频等素材的制作需求；全链路营销服务方面，通过实景拍摄场地及直播间，为客户提供定制化视频拍摄、电商直播代运营等服务；虚拟数字业务方面，公司基于赋能中心的白/绿箱数字影棚、光学&惯性动作捕捉设备、360度虚拟场景、广播级演播室系统及设备以及专业技术和内容创策团队，分别在虚拟人制作、数字场景制作、虚拟直播、数字内容运营方面开展业务尝试和落地。

今年1月，公司推出了首个虚拟人“元启”，3月、4月与“元启”同屏开展了2次虚拟线上内部培训会，同期“元启”的第二期衍生内容在小红书、B站、抖音等平台持续更新，目前第三期内容预计将于7月推

出。数字场景制作方面，公司今年与 UME 影城达成战略合作，将为其打造虚拟数字影城；3 月推出了“无限盒子”demo 版，此版本中开设了中心城区、海洋艺术馆、海底展览馆 3 大场景模块，该项目正在稳步推进正式版本的开发工作。

此外，公司针对虚拟数字业务的商务运营团队已组建完成，未来将逐步推进公司探索数字内容相关商业化业务模式的进程。我们希望通过内容服务、全域全链路营销服务、虚拟数字业务的持续布局，为公司的业绩和收入带来新的增长空间。

### 9、对于公司发布的虚拟人“元启”未来有何规划？

2022 年 1 月 31 日，公司推出了首个虚拟人“元启”。随着元启的诞生，也正式开启公司在虚拟数字业务上布局的全新阶段。我们将“元启”定义为公司未来虚拟数字内容业务的“传递官”，作为连接虚拟和现实空间的纽带，其未来运营方向将主要辅助公司在全维应用场景中展示公司在虚拟数字内容领域的服务能力，帮助公司逐步完成在新业务方向上的探索和拓展。目前已完成“元启”的第二期内容开发和制作，预计 7 月完成最终形象优化工作，将推出新一期内容，未来根据客户需求逐步开展商业化合作。公司通过深耕数字形象与数字内容阵地，将致力于为客户提供数字形象制作、数字形象运营、数字偶像服务、数字内容策划与制作、social 平台运营等服务，实现从影视动画、游戏、虚拟拍摄、虚拟综艺、虚拟演出的长内容，到虚拟图片、虚拟 VLOG、虚拟短视频、TVC 短内容等创新式可适用于多维度应用场景的内容生产、运营及商业化解方案，帮助企业/品牌在 Web 3.0 时代创建虚拟数字形象及衍生资产，打造品牌商业化新基建。

本次接待过程中，公司通过线上调研的方式与投资者进行了交流沟通，严格依照相关管理制度及规定执行，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，未出现未公开重大信息泄露等情况。

附件清单  
(如有)

日期

2022 年 5 月 11 日